



Services

Publicité comparative : les louables intentions d'Ucar

Ucar bouscule le marché de la location automobile avec une campagne qui attaque ses concurrents.

Le grand soir de la location automobile est-il proche? Jean-Claude Puerto, président du groupe Ucar, challenge sur un marché dominé par Avis, Hertz et Europcar (50% du marché à eux trois), le croit. Si fort qu'il a lancé ces jours-ci une campagne de publicité comparative, inédite dans ce secteur. Sur des visuels diffusés depuis le 28 septembre dans la presse quotidienne nationale et régionale, Ucar compare ses tarifs à ceux de ses concurrents. Pour une journée de location d'un véhicule de tourisme de catégorie A, avec un forfait de 250 kilomètres assurance incluse, il en coûte 40 euros chez Ucar, contre 90 euros chez Avis, détaille l'un des visuels signés de l'agence 154. Et pour une journée de location d'un même véhicule avec un forfait de 100 kilomètres, assure une seconde annonce, Ucar facture 30 euros, à comparer à une fourchette allant de 9 euros («prix annoncés par voie publicitaire») à 154 euros («constatés par huis-clos») chez Easycar.

Frapper les esprits

Avec cette campagne, Ucar ne va pas se faire que des amis. «Elle est violente, mais d'utilité publique», concède Jean-Claude Puerto, cofondateur d'Ada, qui a créé Ucar en 1999. *Les pratiques du secteur sont telles qu'il faut frapper les esprits.* Pour Eric de

Alors comparons:
forfait 250 km, un jour de location

chez Avis:	chez Ucar:
90€	40€

Ucar
LOCATION DE VÉHICULES
LOUER C'EST RESTER LIBRE

Plus d'infos pour le location pour un véhicule de tourisme catégorie A (type Opel Corsa maximum 1200 km puissance incluse, 500 maximum kilomètre en France métropolitaine, sans conducteur en période de jour de 21 ans.
Centrale de réservation : 0 892 681 047
www.ucar.fr

En s'attaquant à ses concurrents, Ucar (agence 154) veut tordre le cou aux rumeurs qui présentent les loueurs de voitures comme des arnaqueurs. Cette réputation causerait un tort considérable à un marché ne demandant qu'à décoller

Saint Louvent, directeur marketing d'Avis, «cette campagne vise surtout à accroître la notoriété d'Ucar. L'offre d'Avis mise en cause ne représente que 5% de nos clients.»

Mais en s'attaquant également à la compagnie à bas prix Easycar, Ucar veut tordre le cou aux rumeurs qui présentent les

loueurs automobiles comme des arnaqueurs. «Easycar est entré dans une logique de prix d'appel débridés, totalement déconnectés de la réalité économique», explique Jean-Claude Puerto. *Les efforts tarifaires consentis aux entreprises conduisent à se "refaire" sur les particuliers.* De quoi décourager les Français,

notamment pour la location longue durée, déplore le patron d'Ucar. Alors que, depuis plusieurs années, on annonce un changement des mentalités en matière de consommation automobile et que la presse se fait régulièrement l'écho, tableaux comparatifs à l'appui, de l'avantage bien réel qu'il y aurait à louer sa voiture plutôt qu'à l'acheter, le modèle de location longue durée ne représentait que 100 000 voitures particulières en 2002. Un marché détenu à 90% par les constructeurs. Et seuls 7% des Français ont recours au moins une fois par an à la location de courte durée.

Et si la campagne d'Ucar s'attaque d'abord au marché traditionnel de la location courte durée, un marché sur lequel

Ucar revendique la huitième place, elle vise indirectement la location longue durée. «Nous devons à présent construire une marque forte qui puisse rivaliser en notoriété avec les leaders de la location courte durée et concurrencer les constructeurs sur la longue durée», martèle Jean-Claude Puerto, qui inaugure avec cette campagne la nouvelle identité visuelle de sa société, conçue par Interbrand Paris.

Avec une flotte forte de 10 000 véhicules et un réseau de 200 agences, Ucar est armé pour partir à la conquête des consommateurs. En attendant le grand soir, le loueur espère, avec cette campagne, accroître sa notoriété et renouveler l'image du secteur, quitte à froisser certains de ses concurrents.

ALEXANDRE DEBOUTÉ

UCAR EN CHIFFRES

1999. Création d'Ucar (sans rapport avec les piles du même nom) par Jean-Claude Puerto, cofondateur d'Ada, avec le soutien de l'assureur Maaf et du réseau de concessions Opel.
2003. Rachat du réseau

de location courte durée Autop.
50 millions d'euros. Chiffre d'affaires en 2003.
10 000. Parc de voitures (8 000 en courte durée).
200. Nombre d'agences en France. ■